

A group of people at a social gathering, possibly a bar or restaurant, holding drinks with lemons and mint. The scene is brightly lit, suggesting an outdoor or well-lit indoor setting. The people are engaged in conversation and holding their drinks up, some with black straws. The drinks are clear with ice, lemon slices, and fresh mint leaves. The overall atmosphere is social and relaxed.

# ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT FÜR DEUTSCHLAND

CGA by NIQ, Dezember 2024

# Meet the team behind the data

Unser CGA-Expertenteam ist vom 4. bis 7. Februar 2025 in Deutschland. Um mehr über unseren Lösungen für 2025 zu erfahren, nehmen Sie bitte Kontakt auf, um einen Termin zu vereinbaren.



**George Argyropoulos**  
Managing Director - EMEA



**Ulrike Faber**  
Lead of Category/Industry Sales



**Alex Laughland**  
Product Strategy Director



**Bilal Kaddouri**  
Client Solutions Director



**Miriam Stirnimann**  
Customer Success and Insight Manager



**Miriam Stirnimann**

Consumer Success & Insight Manager -  
DACH

“

Die Wahrnehmung von Bier als preiswertes Angebot hat im Q4 abgenommen, wodurch Cocktails als das beste Preis-Leistungs-Verhältnis angesehen werden. Dieser Wandel zeigt, dass die Wertwahrnehmung stärker durch das Gesamterlebnis als durch die Kosten allein beeinflusst wird. Dies fordert Unternehmen auf, den Fokus auf die Verbesserung der Kundenerlebnisse zu legen, um sich an die sich wandelnden Verbraucherpräferenzen anzupassen.

“

Gesundheitsbewusst und sozial engagiert: die Gen Z mischt die Szene ganz schön auf. Sie gehen häufiger aus als ältere Generationen, aber ihr 'Zebra-Streifen' (abwechselnder Konsum von alkoholische und nicht-alkoholische Getränken) verstärkt den Trend zur Mässigung. Eine willkommene Chance für Energy Drinks, aber eine weitere Herausforderung für traditionelle Bier- und Spirituosenmarken, die sie anpacken müssen.



**Stephen Wann**

Consumer Director – EMEA

# ZUSAMMENFASSUNG

- **Besuchsrate im Dezember:** Gastrobesuche mit Speisefokus haben sowohl im Monats- als auch im Jahresvergleich eine stabile Position beibehalten. Im Gegensatz dazu haben On Premise-besuche mit Trinkfokus in beiden Zeiträumen einen leichten Rückgang erfahren. Die tägliche Besucherzahl in gastronomischen Betrieben bleibt im Vergleich zu Dezember 2023 stabil, während die wöchentliche Besucherzahl einen signifikanten Rückgang verzeichnet hat.
- **Konsumierte Getränke:** Obwohl Bier nach wie vor die beliebteste Kategorie in der Gastronomie ist, verliert es nicht nur an Penetration, sondern auch an Wahrnehmung als preiswertes Angebot, was im Laufe des Quartals zurückgegangen ist. Energydrinks scheinen diesen Monat der größte Gewinner zu sein, mit einem Zuwachs von +4 Prozentpunkten im Vergleich zum letzten Dezember, ein Trend, der von GenZ getrieben wird.
- **Prognose:** Die Gesamtbesucherzahlen sind stabil geblieben und haben in den letzten Monaten eine konstante Konsistenz beibehalten. Allerdings setzt sich der Rückgang der Besucherzahlen im Jahresvergleich fort, was auf einen anhaltenden Abwärtstrend im Vergleich zum Vorjahr hinweist.



# MONATLICHER CONSUMER PULSE DER CGA

- Dieser monatliche On Premise Consumer Pulse Report soll das Konsumverhalten der Verbraucher und deren Schwankungen in der Übergangszeit von November bis Dezember 2024 in Deutschland erfassen.
- Diese Studie untersucht das On-Premise-Verhalten der Verbraucher im letzten Monat und testet die Besuchsabsicht für den kommenden Monat.
- In anderen Ländern ist dieser monatliche Check-in zu einem festen Bestandteil für Getränkelieferanten und andere Unternehmen geworden, die sich für den Kanal interessieren.
- Diese monatlichen Updates helfen Interessenten, nah an den Absichten und Verhaltensweisen der Verbraucher für unseren beliebten On-Premise-Kanal zu bleiben.
- Für diese Ausgabe vom **Dezember 2024** haben wir zwischen dem 17. und 19. Dezember Verbraucher (im Alter von 18+) befragt. Diese Verbraucher waren in allen deutschen Regionen ansässig und müssen in der Regel innerhalb eines Zeitraums von 3 Monaten mindestens einmal On-Premise-Veranstaltungsorte besuchen.

# Schlüsselmetrik: On Premise- besuche



# RÜCKBLICK



# 89%

der Verbraucher sind im letzten Monat

essen gegangen

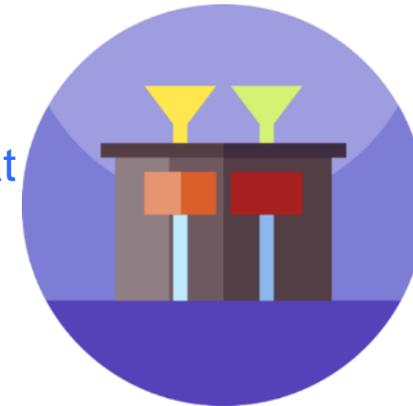
-1pp im Vergleich zu Dezember letzten Jahres

# 44%

der Verbraucher sind im letzten Monat

etwas trinken gegangen

-2pp im Vergleich zu Dezember letzten Jahres



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT NOVEMBER 2024, 2023 – SAMPLE: 1001, 1002

# RÜCKBLICK

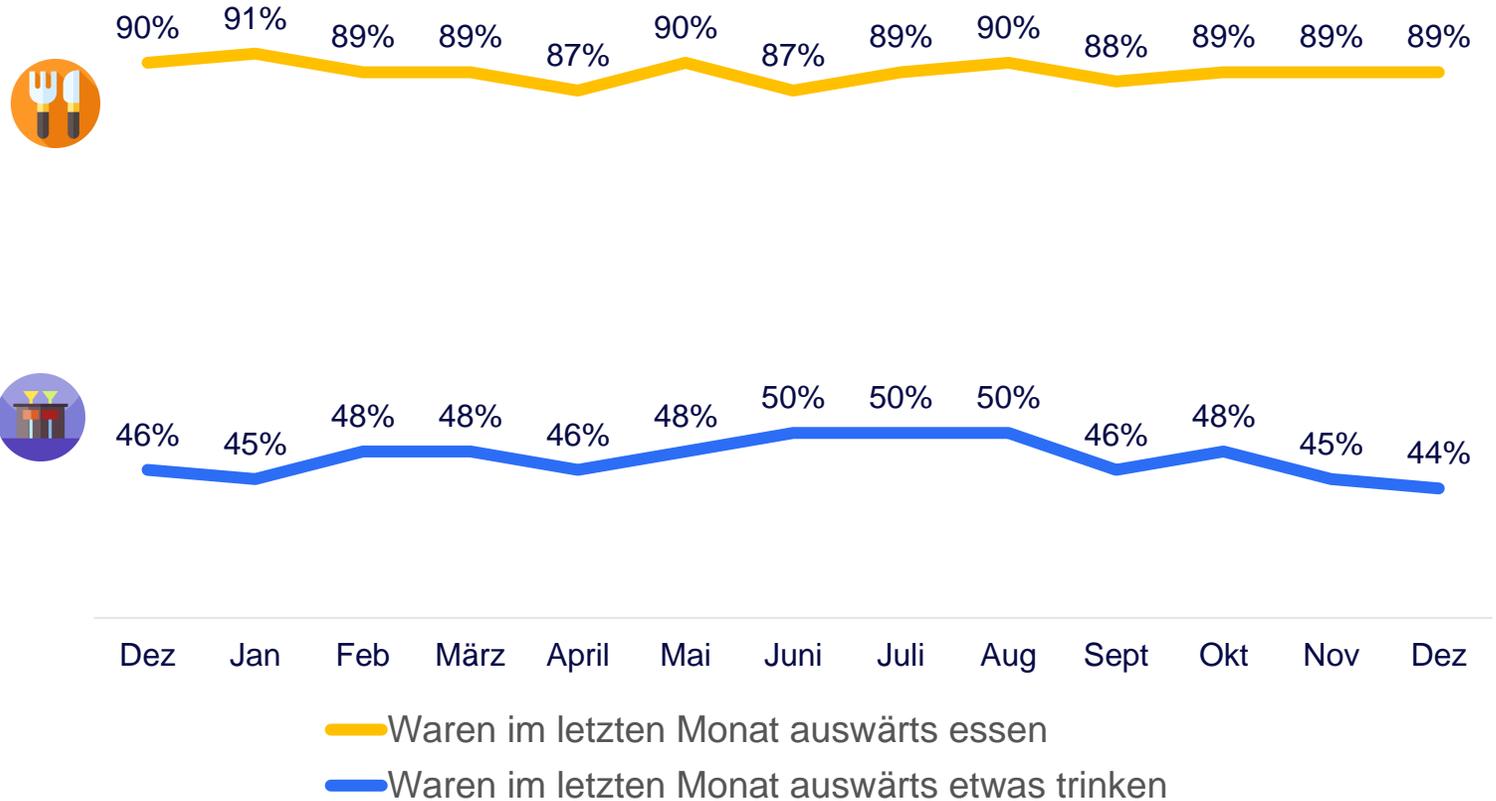


94% haben in diesem Monat  
Gastgewerbe besucht

+1pp im Vergleich zu Dezember  
letzten Jahres

## ON PREMISE-BESUCHE IN DEN LETZTEN MONATEN

Monatliche On Premise Besuche

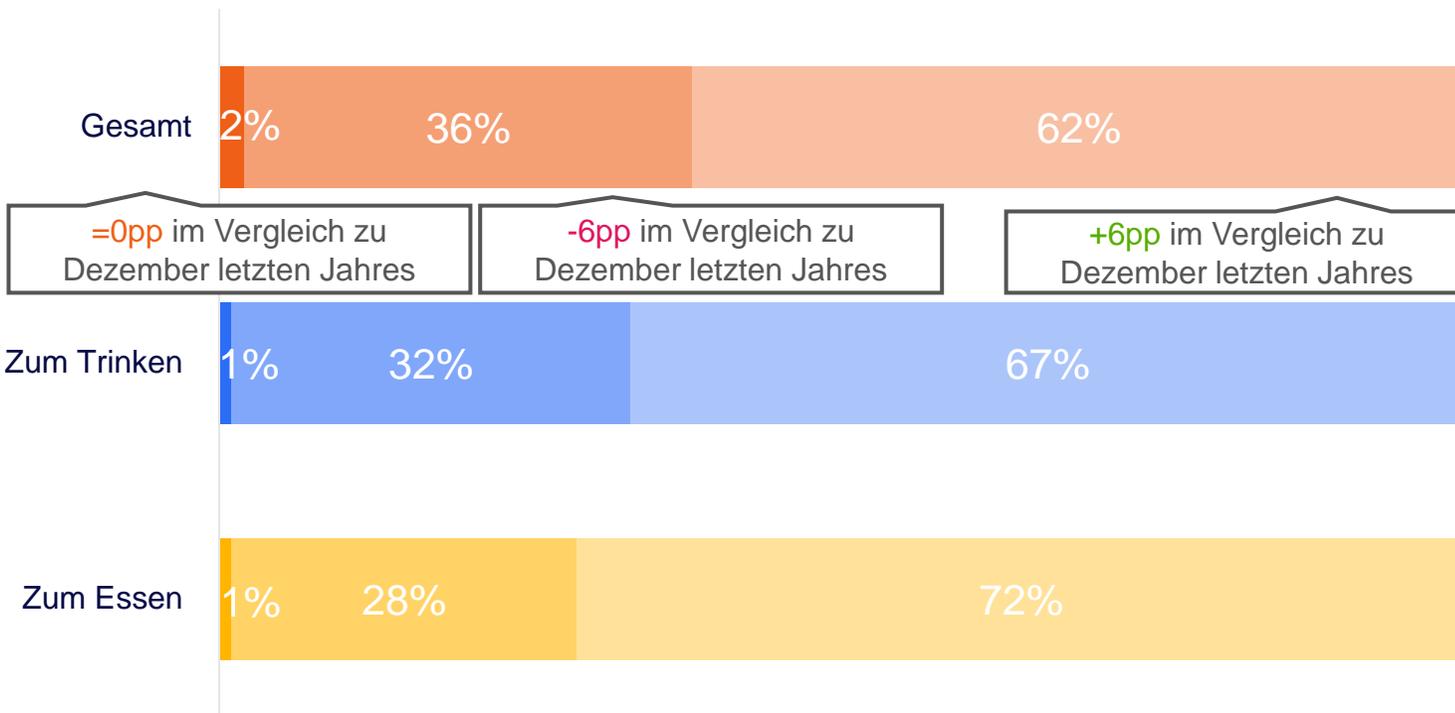


SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT NOVEMBER 2024, 2023 – SAMPLE: 1001, 1003

# WIE HÄUFIG HABEN SIE IM LETZTEN MONAT BARS, RESTAURANTS UND ÄHNLICHE ORTE BESUCHT?

Besuchsfrequenz im Oktober

■ Täglich / fast täglich ■ Ein- oder zweimal / 3-5 mal pro Woche ■ Einmal oder zweimal im Monat



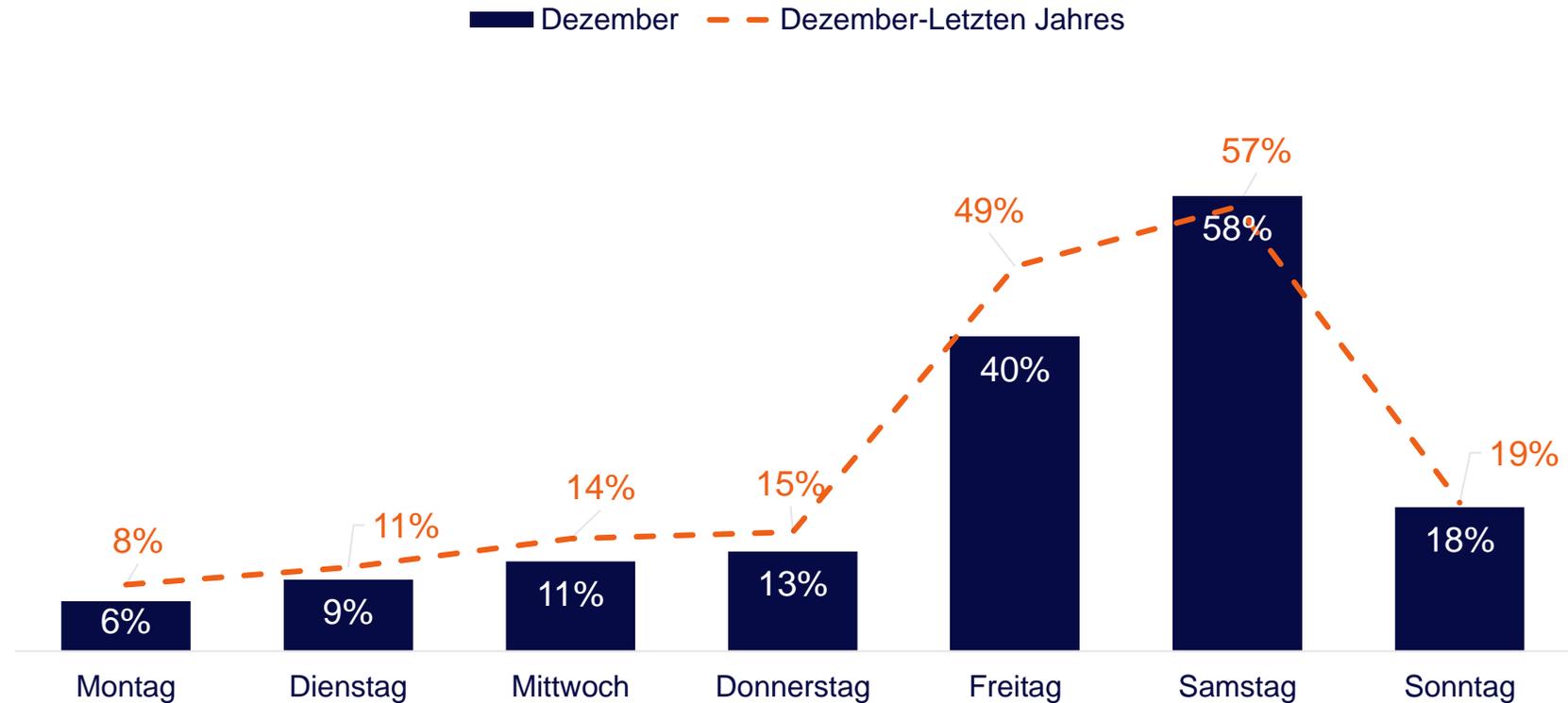
SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT DECEMBER 2024, 2023 – SAMPLE: 439 - 954





# AN WELCHEM WOCHENTAG BZW. WELCHEN WOCHENTAGEN HABEN SIE IM LETZTEN MONAT EINE BAR, EIN RESTAURANT ODER EINEN ÄHNLICHEN ORT BESUCHT?

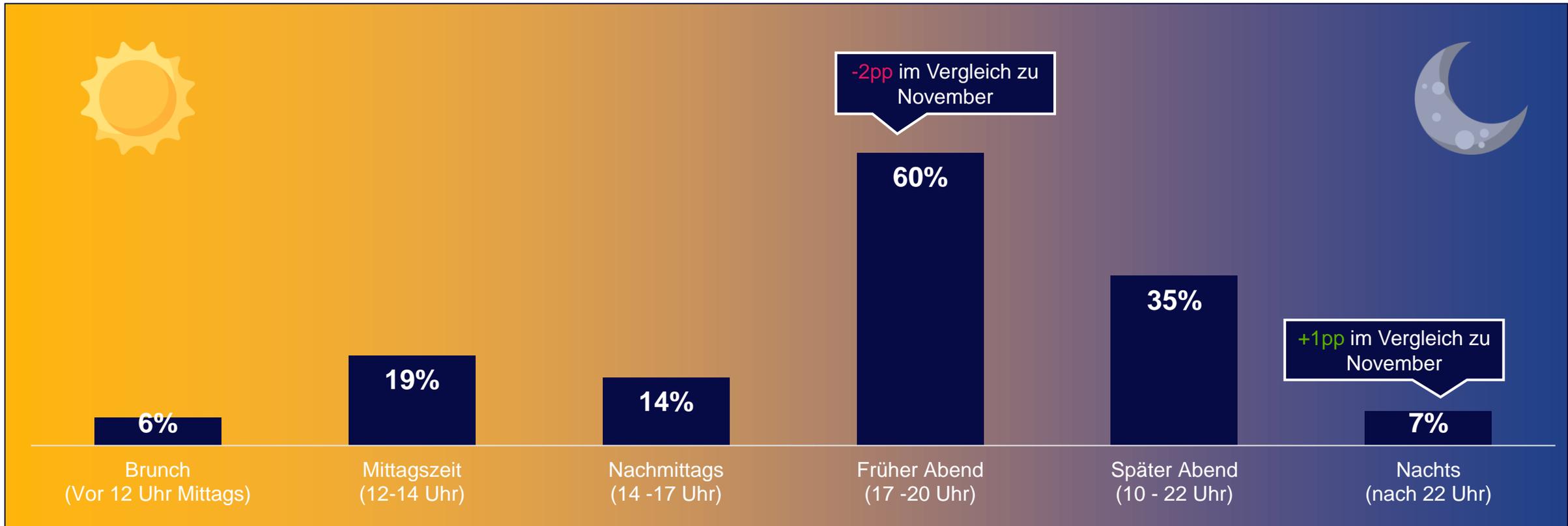
Wochentage, an denen das Gastgewerbe besucht wurde



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT DECEMBER 2024, 2023 – SAMPLE: 941,954

# ZU WELCHEN TAGESZEITEN HABEN SIE IM LETZTEN MONAT BARS, RESTAURANTS UND ÄHNLICHE ORTE BESUCHT?

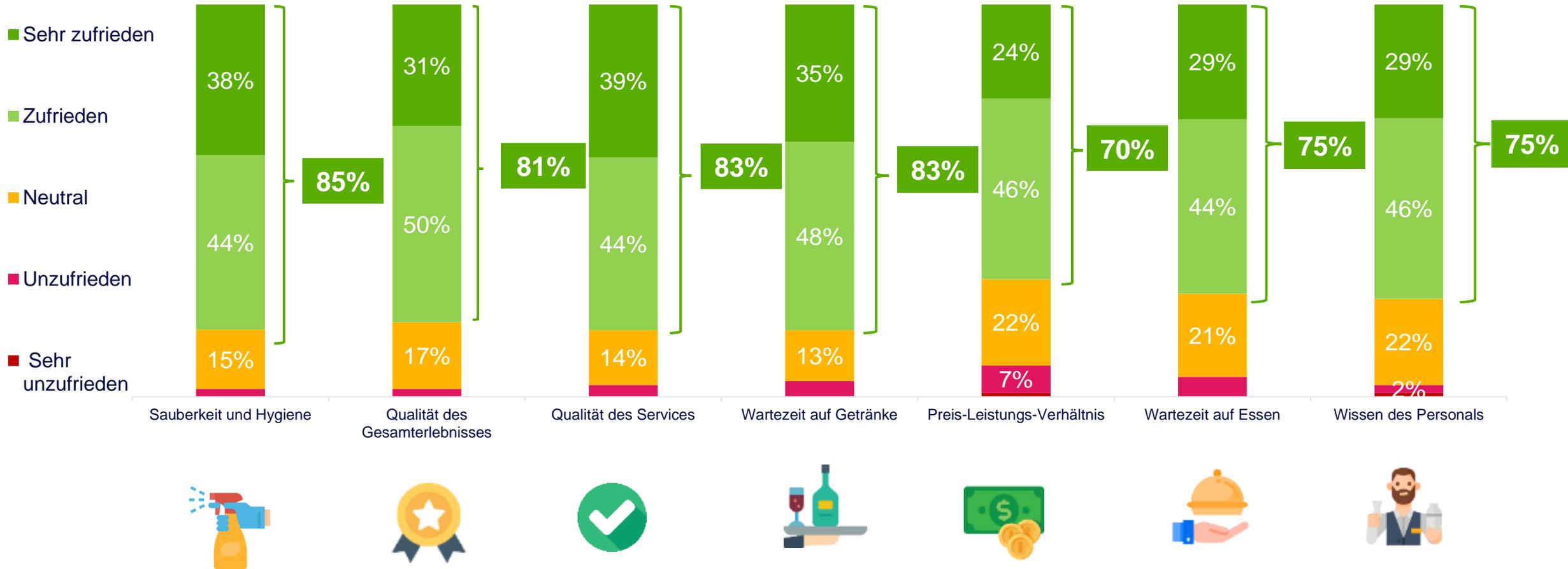
Tageszeit für den Besuch des On Premise



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT DECEMBER, NOVEMBER 2024 – SAMPLE: 940, 949

# ZUFRIEDENHEIT MIT DEM LETZTEN ON PREMISE BESUCH

Zufriedenheitsniveau der Konsumenten mit...



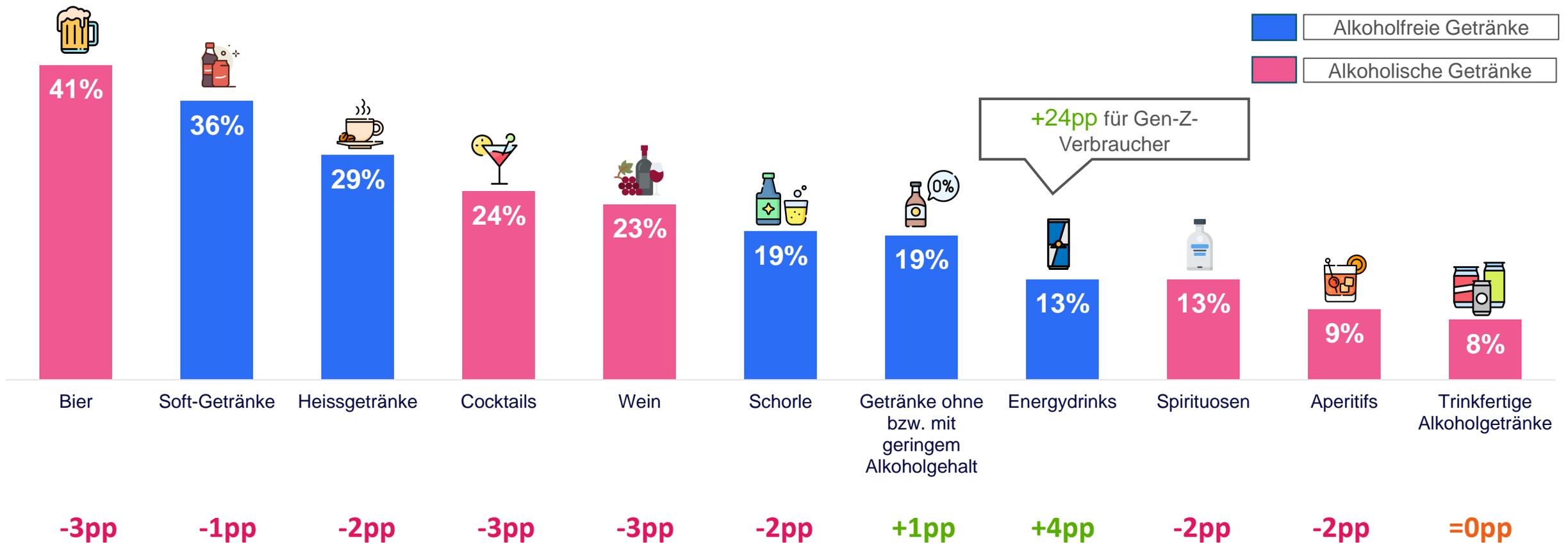
SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT DECEMBER 2024 – SAMPLE: 431 - 999

# Schlüsselmetrik: Getränkekategorien



# WELCHE DER FOLGENDEN GETRÄNKE HABEN SIE IM LETZTEN MONAT IN BARS, RESTAURANTS ODER AN ÄHNLICHEN ORTEN KONSUMIERT

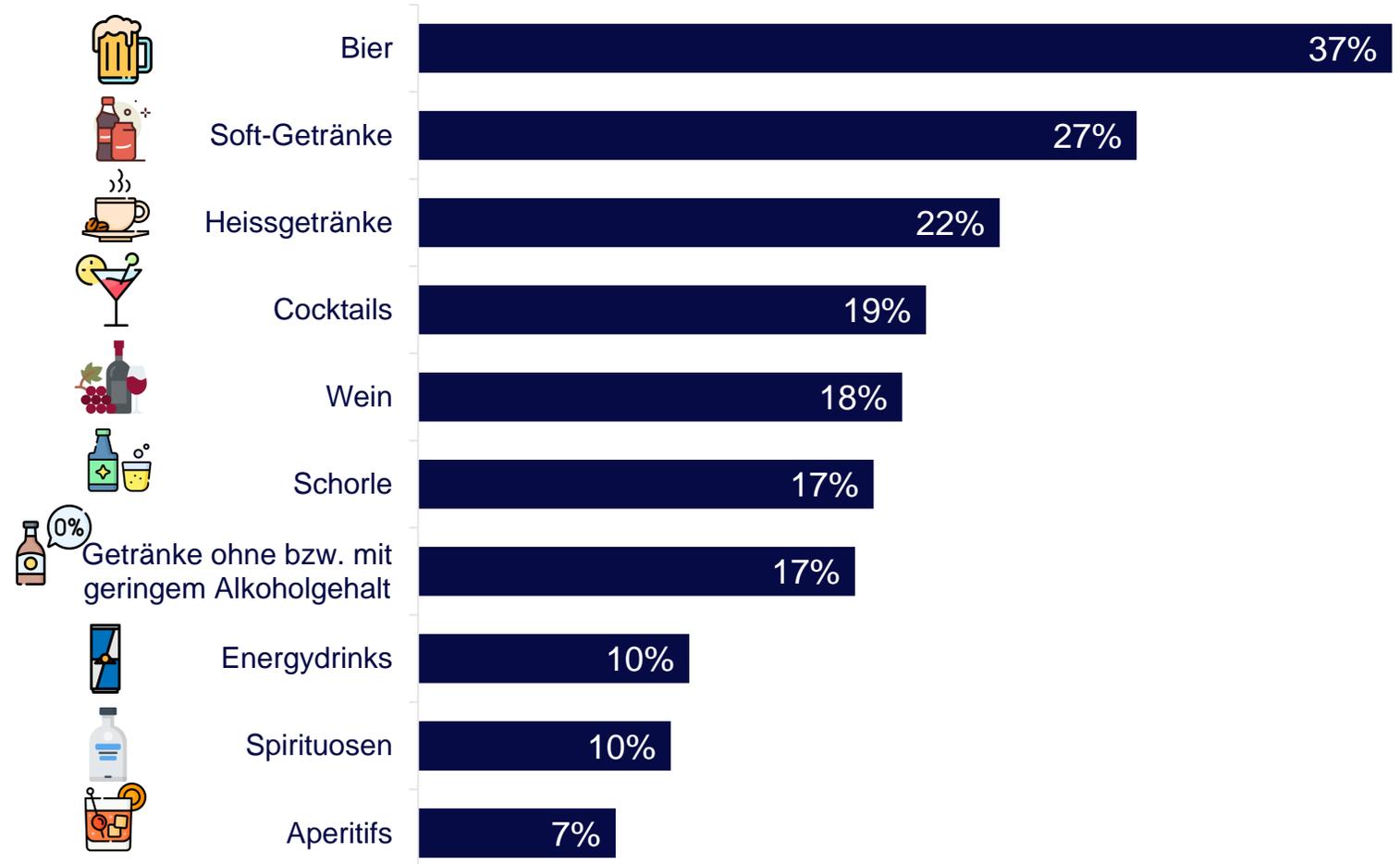
Meist konsumierte Kategorien im On Premise | | Indexiert im Vergleich zu Dezember 2023



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT DECEMBER 2024 & 2023 – SAMPLE: 941, 954

# WENN SIE AN IHREN LETZTEN BESUCH DENKEN, WELCHE DER FOLGENDEN KATEGORIEN HABEN SIE GETRUNKEN?

Zuletzt bestelltes Getränk | Top 10



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT DECEMBER 2024 – SAMPLE: 1003

# WIE ZUFRIEDEN WAREN SIE MIT DEN GETRÄNKEN, DIE SIE BEI IHREM LETZTEN BESUCH HATTEN, IN BEZUG AUF... **DAS PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNISS?**

*Nur Konsumenten die die Kategorie bei Ihrem letzten Besuch konsumiert haben | Top 8*

% **sehr zufrieden/ zufrieden** mit dem **Preis-Leistungs-Verhältnis** 



Cocktails

Digestifs

Energydrinks

RTD

Soft-Getränke

Schorle

Aperitifs

Bier

**81%**

**81%**

**79%**

**78%**

**77%**

**77%**

**76%**

**75%**

SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT DECEMBER 2024 – SAMPLE: 57 - 363

# WIE ZUFRIEDEN WAREN SIE MIT DEN GETRÄNKEN, DIE SIE BEI IHREM LETZTEN BESUCH HATTEN, IN BEZUG AUF... **WIE AUFREGEND WAS DAS GETRÄNK WAR?**

*Nur Konsumenten die die Kategorie bei Ihrem letzten Besuch konsumiert haben | Top 8*

% **sehr zufrieden/ zufrieden** mit der **Aufregung des Getränks** 🤩



Cocktails

Aperitifs

RTD

Spirituosen

Energydrinks

Wein

Schorle

**88%**

**84%**

**83%**

**80%**

**79%**

**77%**

**75%**

SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT DECEMBER 2024 – SAMPLE: 61-368

# WIE ZUFRIEDEN WAREN SIE MIT DEN GETRÄNKEN, DIE SIE BEI IHREM LETZTEN BESUCH HATTEN, IN BEZUG AUF...**DIE ALLGEMEINE QUALITÄT DES SERVICES?**

*Nur Konsumenten die die Kategorie bei Ihrem letzten Besuch konsumiert haben | Top 8*

% **sehr zufrieden/ zufrieden** mit der **Gesamtqualität des Services** 



Cocktails	Wein	Aperitifs	Getränke ohne bzw. mit geringem Alkoholgehalt	Digestif	Bier	Schorle	Heissgetränke
91%	89%	89%	88%	88%	88%	87%	85%

SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT DECEMBER 2024 – SAMPLE: 55 - 369



# HABEN SIE IM LETZTEN MONAT BEIM ESSEN ODER TRINKEN IM GASTGEWERBE EIN NEUES GETRÄNK AUSPROBIERT?

+36pp für Gen-Z-Verbraucher

+14pp für Verbraucher in Berlin



31%

Ja



69%

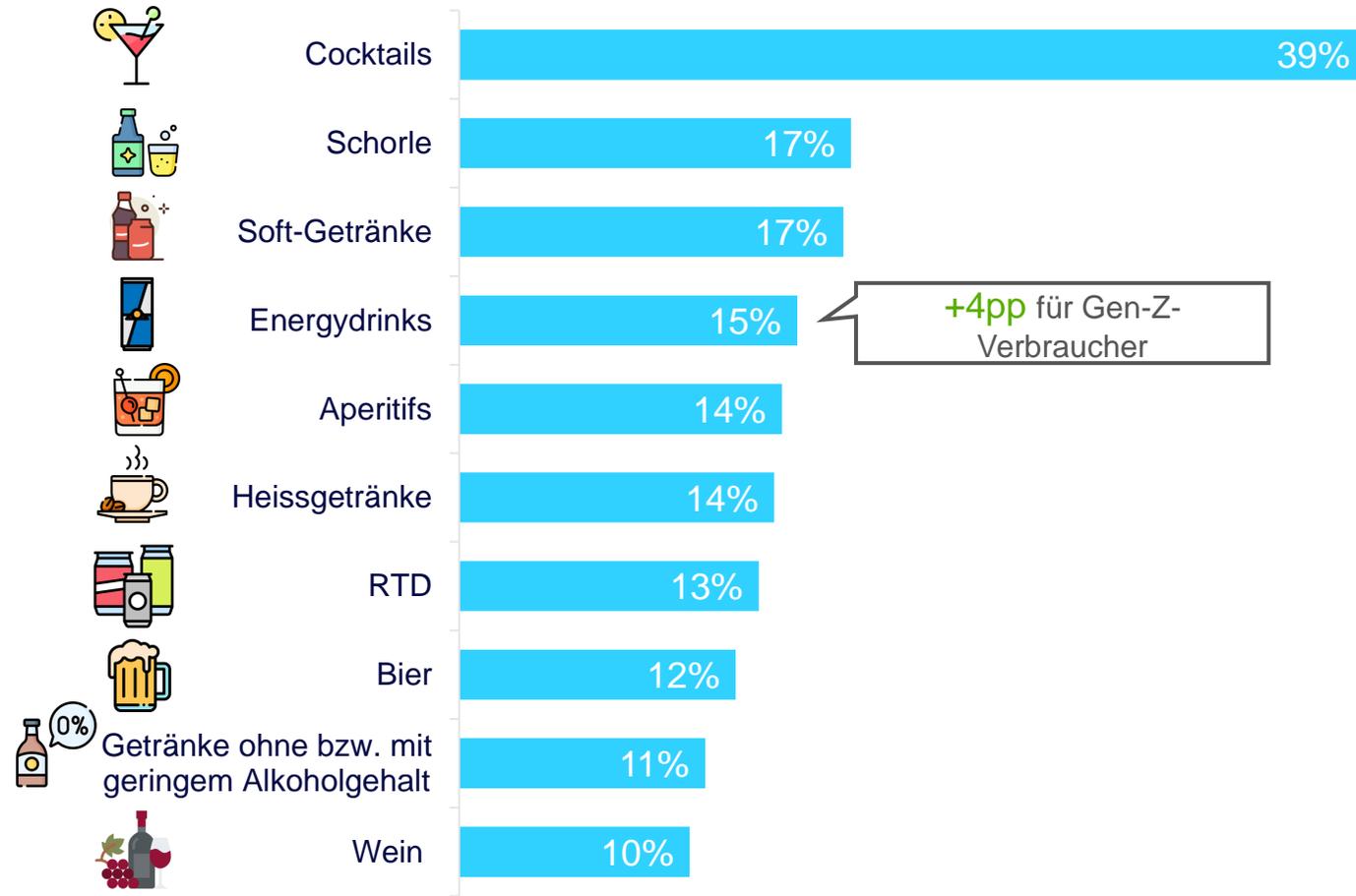
Nein

+1pp im Vergleich zu November

SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT NOVEMBER & DECEMBER 2024 – SAMPLE: 57 - 952

# ZU WELCHER DER FOLGENDEN KATEGORIEN GEHÖRTE DAS NEUE GETRÄNK, DAS SIE PROBIERT HABEN?

## Neue Getränke, die ausprobiert wurden| Top 10



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT NOVEMBER 2024 – SAMPLE: 120, 300

Schlüsselmetrik:  
Prognose für den  
nächsten Monat





# 71%

planen, im nächsten Monat  
auswärts essen zu gehen

-16pp im Vergleich zu  
Dezember letzten Jahres

# 36%

planen, im nächsten Monat  
auswärts etwas trinken zu gehen

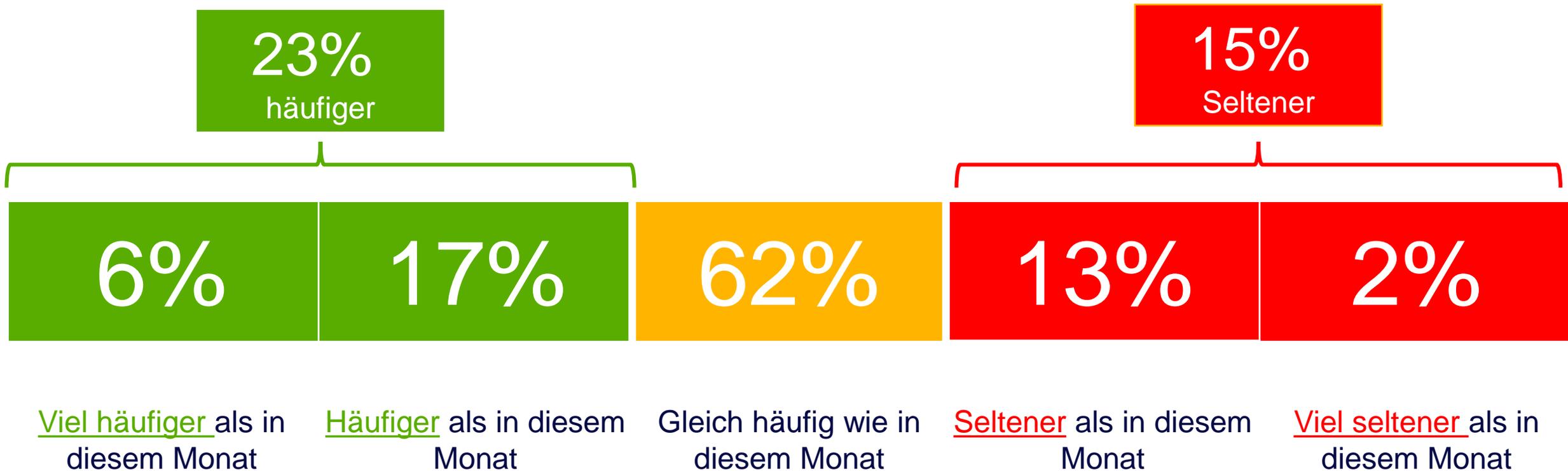
-13pp im Vergleich zu Dezember  
letzten Jahres



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT DECEMBER 2024,2023 – SAMPLE: 1001,1002

# WIE HÄUFIG HABEN SIE VOR, IM NÄCHSTEN MONAT BARS, RESTAURANTS ODER ANDERE ÄHNLICHE ORTE ZU BESUCHEN?

Nur Konsumenten die planen im kommenden Monat das Gastgewerbe zu besuchen



SOURCE: CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT DECEMBER 2024 – SAMPLE: 862

Stay up to date with On Premise trends and understand the impact they have on your brand and business performance



Scan the code or click [here](#) to receive the latest insights delivered straight to your inbox!

Subscribe to The Measure today!

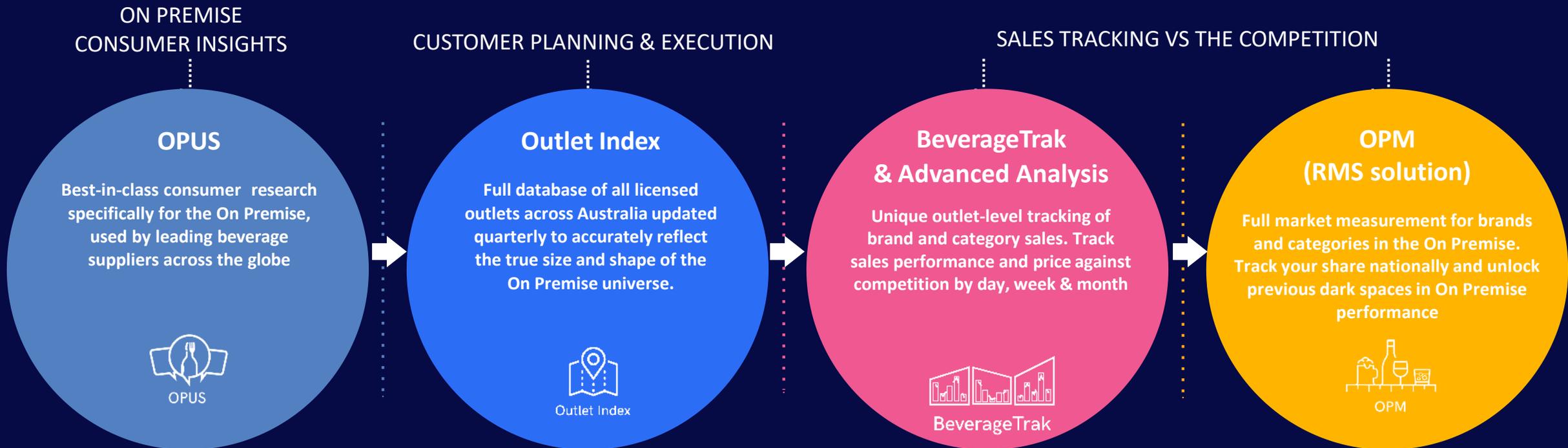
# The Measure

*On Premise news & insights*



# CGA by NIQ's On Premise Roadmap & Solutions

This suite of solutions is designed to help beverage suppliers grow their On Premise sales via commercially-focused insights and customer profiling data. Over time, this phased approach leads to full market measurement (RMS) and competitive share tracking.



# CGA: Consumer Tools

Additional Consumer Reporting where CGA by NIQ's expertise can be leveraged



## Custom RFP Support Decks

Take group-specific sales stories to your national account customers to speak to their consumers and showcase how your portfolio aligns with their strategies



## Consumer Segmentation

Strategically and effectively target specific On Premise drinkers to identify offerings and opportunities that relate to them, ensuring \$ are spent more effectively in On Premise brand building



## Optimum Assortment

CGA's assortment tool allows you to enable your teams to showcase the optimal range for outlets and highlight where brands should be placed within a range to achieve highest sales and increase customer satisfaction



## Custom Research

From online surveys to focus groups and in-outlet intercepts, CGA has access to millions of consumers across the world to answer your most important questions



## Path to Purchase

Understand the decision corridor consumers go through when purchasing products, and identify how these choices impact the decisions that result in final sales



## Bartender Research

Bartenders and servers are the final touch point of influence in the channel. With such change, understanding advocacy and bartender needs is extremely important in influencing the sales of your products

# Find out how to build a successful On Premise strategy

For more information on  
how CGA by NIQ can help  
your business grow in the  
German On Premise, get in  
touch:



**STEPHEN WANN**

Client Director

Stephen.wann@nielseniq.com



**BILAL KADDOURI**

Client Solutions Director

Bilal.Kaddouri@nielseniq.com



**MIRIAM STRINIMANN**

Consumer Success & Insight Manager

Miriam.strinniman@nielseniq.com



Sign up for receive On Premise news &  
Insights for the German market, [Click here](#)